

УДК 655.57+316.77

А. В. Потребин, доцент, канд. филол. наук  
(БГУ, г. Минск)

### **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА В РЕДАКЦИОННО- ИЗДАТЕЛЬСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

Культура общества в отечественной и российской социологии непосредственно связана с системой ценностей и социальными институтами и понимается в единстве материального и духовного, как «особый социальный механизм, воспроизводящий эталоны поведения, проверенные опытом истории и соответствующие потребностям дальнейшего развития общества» [2, с. 179]. Экономическая культура при этом рассматривается и как «совокупность социальных ценностей и норм, являющихся регулятором экономических отношений» [2, с. 179], и как своего рода «посредник между комплексом политико-правовых, экономических и других условий той или иной страны и экономическим поведением субъектов её экономики» [3, с. 29]. Таким образом, экономическая культура не часть культуры общества, а скорее ее проекция на социально-экономические отношения.

Достаточно последовательно это проявляется на уровне организации, на корпоративном уровне, где культура производства, управления и обмена непосредственно влияет на эффективность работы.

В книгоиздании это проявляется за счет реализации целого ряда факторов эффективности производства, некоторые из которых имеют приоритетное значение, обусловленное отраслевой спецификой.

Неспецифичными, присущими для любой отрасли являются факторы, связанные с затратами: увеличение производительности труда, уменьшение фондоемкости и материалоемкости, то есть затрат труда, в том числе овеществленного. Далее стоит обратить внимание на такие направления, как темпы научно-технического и организационного прогресса, рост качества и конкурентоспособности продукции (здесь приоритетом для высокой культуры производства в любой организации становится соблюдение стандартов и уровень технологической дисциплины), развитие внешнеэкономической деятельности как следствие роста конкурентоспособности [2, с. 215].

Экономическая культура в редакционно-издательской организации, на наш взгляд, предопределяется двумя особенностями. Во-первых, речь идет обычно о высокой степени специализации и безусловном доминировании основного вида деятельности, который специфичен в силу особенностей печатной продукции как информационного товара. Во-вторых, коллектив такой организации отличается высоким уровнем квалификации (преобладающее большинство сотрудников имеет профильное высшее образование) и преобладанием творческого характера труда. С одной стороны, требуется продуманное построение бизнес-процесса, выверенный алгоритм производственной и маркетинговой деятельности, с другой, – способность к действиям в условиях многозадачности и неопределенности, к решению нерутинных творческих задач в сочетании с поддержанием креативной среды. Причем такая рабочая среда учитывает культурные контексты, связанные с типологией производимых издательских продуктов и характеристиками целевых рынков.

Построение рабочей среды креативного характера в издательстве, как и в редакции СМИ и в рекламном агентстве, сочетается с построением бизнес-процесса и реализацией отдельно взятых бизнес-проектов. Это предполагает моделирование всего комплекса отношений внутри организации, а также с ее внешней средой и выстраивание рабочей среды.

Становление и поддержание корпоративного единства и выработка корпоративных норм и стандартов в дополнение к должностным инструкциям и иным локальным нормативно-правовым актам выступают как решающий инструмент формирования и воспроизводства экономической культуры. В условиях цифровой трансформации производственных и управленческих процессов повышается роль локальной компьютерной сети. Она приобретает черты социальной сети для группы коллег-профессионалов в данном коллективе. Ее можно применить для создания свода неписаных (а порой и воплощенных в письменном виде) правил поведения и действий персонала и руководителей. Становление таких норм помогает сформироваться именно той рабочей среде, которая так необходима для гибкой и эффективной работы творческого коллектива издательства, для успешного сочетания рутинной и креативной работы. Однако соответствующие бизнес-процессу инструкции, положения и правила не менее важны, так как также культивируют у сотрудников

необходимые для успешной работы ценности, а руководству позволяют построить гибкую систему оплаты труда, учитывающую особенности труда каждой категории сотрудников.

Сегодня в условиях активного проникновения цифровых технологий уже не надо доказывать, что компьютерная сеть способна на большее, чем автоматизация учета и внедрение безбумажной технологии в подготовку и производство печатной продукции. Сеть своими информационными нитями просто «сшивает воедино» коллектив, дополняя, но не заменяя общение в группе сотрудников. Выполняющие разные производственные функции как творческие, так и рутинные, обладающие разными профессиональными компетенциями, сотрудники издательства воспринимают с корпоративным единством и экономическую культуру.

Конечно, созидание рабочей среды помогает непосредственно решать текущие прагматические задачи регулярного менеджмента – поддержание структуры, организацию творческого и производственного процесса, финансовой деятельности, логистики, выделение и рациональное использование центров финансовой ответственности, ведение документооборота, учета и контроля. Но управление этим процессом, развитие рабочей среды в интересах предприятия приводит к тому, что ценности, значимые для организации, становятся значимыми для сотрудников. И это повышает степень их вовлеченности, которая сама по себе возможна, если они в результате адаптации и социализации в данном коллективе соответствуют сложившемуся и воспроизводимому в организации уровню экономической культуры.

Потребность в соблюдении определенных норм и правил, в приверженности определенной системе ценностей связана также с тем, что издательская деятельность, как и иные культурные индустрии, занята не только решением задач экономической эффективности. В большей или меньшей степени речь идет о создании общественных благ, о социальной ответственности. Российский исследователь В. Иваницкий обращал внимание на служение СМИ общественным целям и целям своей аудитории на некоммерческой основе. А для этого требуется «сведение к нулю противоречий между ценностями (нормами и правилами) института журналистики и ценностями сотрудников» [1, с. 83–84]. Полагаем, такое суждение справедливо и в отношении издательской деятельности как культурной индустрии, хотя она

сегодня в большей степени является бизнесом. Но это не отменяет социальной ответственности, проявление которой невозможно без формирования и поддержания экономической культуры.

#### **Литература**

1. Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ: учеб. пособие для студентов вузов. – М.: Аспект-пресс, 2010.
2. Заславская, Т. И., Рывкина Р. В. Социология экономической жизни. – Новосибирск: Наука. Сиб. отд-ние, 1991.
3. Рывкина, Р. В. Между социализмом и рынком: судьба экономической культуры в России. – М.: Наука, 1994.

УДК 655.3.06

С. В. Стальмаков, студент  
К. Н. Урбан, магистрантка  
(БГТУ, г. Минск)

#### **СЕТЕВАЯ ЛИТЕРАТУРА: СИСТЕМА «АВТОР – РЕДАКТОР – ЧИТАТЕЛЬ» В ВЕБ-КОМИКСАХ И ЦИФРОВЫХ КОМИКСАХ**

В конце XX века компьютерные технологии вступили во взаимосвязь с такой эстетической, нравственно-философской ценностью, как художественная литература. Начало тесного взаимодействия традиционной литературной деятельности и информационных технологий привело к рождению феномена, получившего название «сетевая словесность», или «сетература» [1] (неологизм, возникший в последние десятилетия). Под сетевой словесностью понимают электронный художественный текст, размещаемый непосредственно в международной сети (Интернет).

Данное явление получило широкую поддержку среди начинающих литераторов, не имеющих возможности, достаточно средств, и, как правило, известности (none-brand) для публикации своих произведений в литературных журналах или для издания собственных художественных текстов в печатном виде. Сетевая литература сразу стала популярной в силу известных преимуществ электронного документа. Предоставляемые web-сайтами услуги по размещению художественных текстов практически бесплатны.